Desafíos educativos para los museos en la Argentina

Por Claudio Bertonatti♦
Buenos Aires
informa@vidasilvestre.org.ar

Podríamos apuntar muchos desafíos, pero atender estos cinco puede ser suficiente para provocar cambios elocuentes. No espere leer aquí grandes revelaciones porque sólo apunté un puñado de anhelos que considero realistas, posibles o practicables cuando hay vocación y voluntad.

1. **Revelar qué son y para qué sirven los museos.** En un contexto nacional e internacional confuso, con pobreza, hambre y desocupación pareciera que los museos son sólo para que los disfrute un sector minoritario de la sociedad con buen pasar económico. Si a un grupo de personas le pidiéramos que enuncien palabras con las que asocian el término “museo” el resultado podría arrojar esto: “viejo”, “aburrido”, “muerto”, “naftalina”, “silencio” y otras palabras que en estas circunstancias arrastran una connotación negativa. ¿Cómo lograr, entonces, que un museo despierte entusiasmo, emoción, interés y “adrenalina”? ¿Y cómo distinguir un museo de algo que no lo es (aunque use su nombre, como sucede con el “Museo de los niños” del Shopping Abasto)? Creo que la respuesta puede estar en hacer honor a la definición de museo del ICOM.
2. **Enfatizar la importancia de los museos para la ciudadanía.** Pensemos que ellos trabajan para rescatar el patrimonio. Patrimonio que es de todos y que tiende a deteriorarse o destruirse por causas naturales o humanas, pero ante la indiferencia o insensibilidad de la mayoría de las personas. Por lo tanto, la comunicación del museo debe emitir mensajes en esa dirección, a través de sus entradas, folletos, exhibiciones, audiovisuales, visitas guiadas, catálogos, etc. No resulta obvio.
3. **Ofertar actividades insertas en los curricula de los distintos niveles y carreras** con las que el museo considera oportuno y pertinente relacionarse. En tal sentido, cuando más digerida esté la actividad para trabajar fuera y dentro del aula con el tema propuesto desde el museo, mayor eficacia tendrá. Para ganar protagonismo e incidencia, el museo tiene que apuntar a educar desde adentro del sistema educativo y no desde su periferia.
4. **Ofertar actividades “puertas afuera”.** El museo también debe ir tras su público, ya sean estudiantes o docentes, empresas o entidades de bien público. Para ello existen las cajas educativas con materiales didácticos, los audiovisuales y las presentaciones en PowerPoint, las piezas “de sacrificio” (como las que carecen de los datos básicos de colección o las que ya están muy dañadas). Esto, por citar algunos ejemplos. Un museo puede actuar como un cuartel de bomberos. Sucede que las causas de los verdaderos “incendios” del patrimonio

♦ Museólogo, naturalista y docente. Profesor de Interpretación II en el Instituto CEPEC, Director de Comunicación y Educación de la Fundación Vida Silvestre Argentina y Director Académico del seminario internacional sobre ecoturismo de la Cátedra UNESCO de Turismo Cultural.

están fuera de sus puertas. Allí es donde hay que buscar a los indiferentes que conforman el grueso del público no cautivo.

5. **Aplicar las estrategias de la interpretación (animación, demostración y participación).** Esto para lograr una comunicación efectiva al servicio del patrimonio y de la educación del visitante. En estos *Boletines de Interpretación* sobran ideas y propuestas para llevar a la práctica.

Finalmente, para alcanzar estos cinco desafíos es importante crear cinco condiciones:

A) **Generar alianzas con medios y periodistas que potencien la labor del museo.** Para ello es importante plantear actividades dirigidas exclusivamente a periodistas. Se los puede invitar a la inauguración de las salas o exposiciones, se pueden organizar talleres de capacitación en alguno de los temas centrales de los que se ocupa el museo, pero con un anclaje en los temas de actualidad.

B) **Construir alianzas con donantes y auspiciantes** (agencias de cooperación internacional, embajadas, empresas, organizaciones de bien público, etc.). Será necesario tener la apertura para saber escuchar sus necesidades e intereses. Sólo así se puede construir una relación que beneficie a ambas partes.

C) **Tener en claro que para realizar todo esto se necesita convicción, pasión, capacitación, vocación** para compartir, apoyo financiero y respaldo político.

D) **Planificar una táctica para convencer, emocionar o persuadir a los decidores políticos sobre la importancia de dar vuelo al museo.** Un funcionario inteligente podrá deducir que un museo exitoso no sólo logra resultados científicos, educativos y recreativos. También deja rédito político.

E) **Cada museo debe ser un ámbito de realizaciones personales e institucionales**. En muchos museos se respira aire de frustración, con pocos recursos, personal y apoyo. Es importante que todo el personal asista con alegría y optimismo, ratificando que su trabajo le da sentido al museo y a su propia vida.



Boletín de Interpretación

Depósito Legal: GR-1361/2002 - España ISSN 1886-8274 Número 18, marzo de 2008

BOLETINES ANTERIORES EN:

www.interpretaciondelpatrimonio.org

“La interpretación del patrimonio es el ‘arte’ de revelar in situ
el significado del legado natural o cultural,
al público que visita esos lugares en su tiempo libre”

ESTE BOLETÍN